

Индикатори иновативних активности у Републици Србији, 2010–2012.

Подаци приказани у овом саопштењу резултат су истраживања о иновативним активностима у пословним субјектима у периоду 2010–2012, спроведеног на узорку од 3500 пословних субјеката. Према том истраживању, иновативни пословни субјекти дефинисани су као пословни субјекти који су у посматраном периоду увели иновацију производа или процеса, иновацију у организацији или маркетиншку иновацију. Истраживање је показало да је учешће пословних субјеката са бар једном од наведених врста иновација око 45%. Величина пословног субјекта је кључни фактор за његове иновативне активности. Иновативно је преко 66% великих пословних субјеката, нешто више од половине средњих пословних субјеката и више од 40% малих пословних субјеката. Иновативне активности су више заступљене код производних пословних субјеката, где је иновације увела готово половина њих, док је преко 40% услужних пословних субјеката увело иновације.

1. Пословни субјекти према иновативности, делатности и величини, у периоду 2010–2012.

	Укупно	Иноватори	Пословни субјекти који нису иновирали	Учешће иноватора (%)
Укупно	11841	5280	6561	44,6
Мали пословни субјекти	9057	3691	5366	40,8
Средњи пословни субјекти	2264	1245	1019	55,0
Велики пословни субјекти	520	344	176	66,2
Производни пословни субјекти	4122	2007	2195	48,7
Услужни пословни субјекти	7719	3273	4366	42,4

Готово је исто учешће пословних субјеката иноватора производа и процеса, док је учешће иноватора у организацији и маркетингу веће за трећину. Ове две групе иновација се, углавном, јављају истовремено у пословним субјектима. Иновативни пословни субјекти који истовремено имају иновације производа и процеса и иновације у организацији и маркетингу чешћи су код производних пословних субјеката него код услужних. Скоро половина великих пословних субјеката истовремено је увела иновације производа и процеса и иновације у организацији или маркетингу, док учешће средњих и малих пословних субјеката опада са величином.

2. Заступљеност врста иновација према територији и величини пословног субјекта (%)

Територија	Величина	Пословни субјекти – иноватори					Неиноватори
		иновације производа/услуге	иновације производног процеса	напуштене иновације / још увек у току	иновације у организацији	иновације у маркетингу	
РЕПУБЛИКА СРБИЈА	Укупно	21,0	19,1	7,9	31,4	29,7	55,4
	Мали	17,6	15,8	5,3	28,0	27,3	59,2
	Средњи	29,6	27,5	14,6	41,0	36,3	45,0
	Велики	43,3	38,8	23,1	50,2	43,3	33,8
СРБИЈА – СЕВЕР	Укупно	20,3	19,3	7,7	32,4	30,6	54,4
	Мали	17,3	16,2	5,1	29,0	28,5	58,2
	Средњи	27,2	27,1	14,5	42,5	35,6	44,1
	Велики	45,7	41,5	25,3	50,9	46,6	31,0
Београдски регион	Укупно	21,5	20,9	7,95	35,3	32,6	51,4
	Мали	18,6	17,6	5,22	31,9	31,0	54,5
	Средњи	28,9	29,8	14,8	45,2	36,1	43,9
	Велики	40,7	40,7	26,9	53,2	46,3	29,2

2. Заступљеност врста иновација према територији и величини пословног субјекта (%) (наставак)

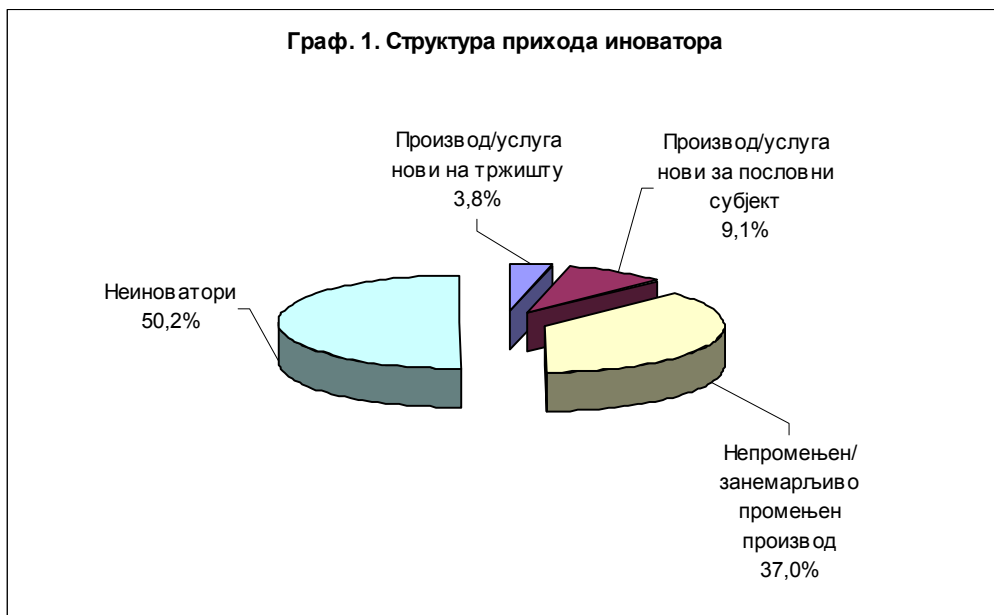
Територија	Величина	Пословни субјекти – иноватори					Неиноватори
		иновације производа/услуге	иновације производног процеса	напуштене иновације или још увек у току	иновације у организацији	иновације у маркетингу	
Регион Војводине	Укупно	18,7	17,0	7,38	28,5	27,8	58,6
	Мали	15,3	14,2	4,95	25,0	25,1	63,3
	Средњи	24,9	23,5	14,1	38,9	34,8	44,4
	Велики	52,6	42,3	22,6	46,7	46,7	33,6
СРБИЈА – ЈУГ	Укупно	22,2	18,7	8,14	29,6	28,1	57,2
	Мали	18,2	15,2	5,69	26,0	25,0	61,3
	Средњи	33,4	28,2	14,7	38,6	37,4	46,3
	Велики	38,1	33,3	18,5	48,2	36,3	39,9
Регион Шумадије и Западне Србије	Укупно	23,4	18,7	7,93	30,6	27,9	55,3
	Мали	19,3	15,6	5,26	27,6	25,0	58,9
	Средњи	35,3	27,7	16,0	38,1	36,6	45,7
	Велики	38,0	31,5	15,7	48,1	38,0	38,9
Регион Јужне и Источне Србије	Укупно	20,3	18,7	8,49	28,1	28,4	60,4
	Мали	16,3	14,7	6,43	23,5	25,0	65,3
	Средњи	30,3	28,9	12,7	39,7	38,5	47,3
	Велики	38,3	36,7	23,3	50,0	33,3	41,7

3. Пословни субјекти према врсти иновативности и секторима делатности

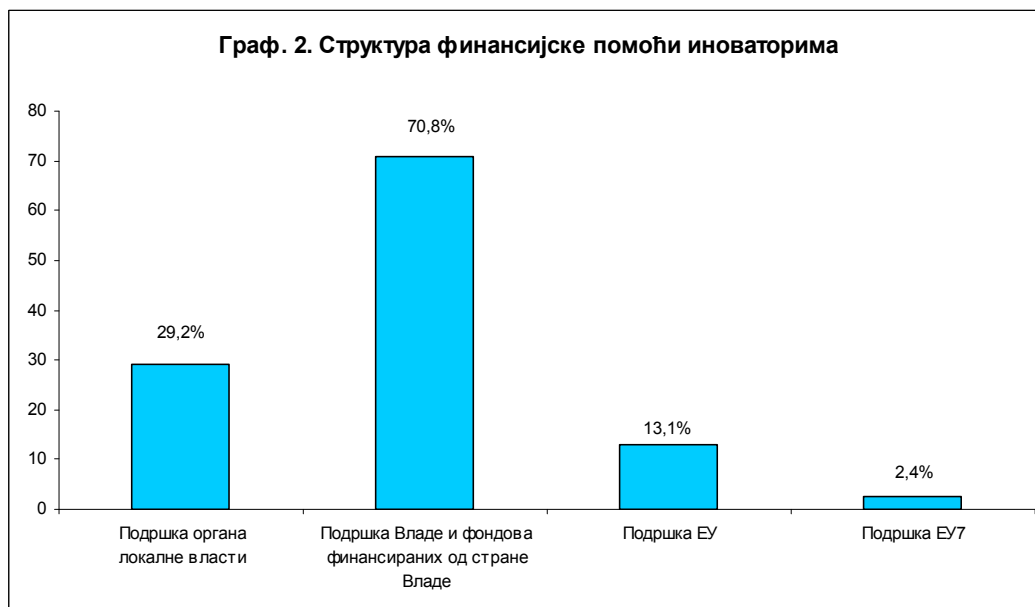
	Иноватори								Неиноватори %
	укупно		иноватори производа и процеса		иноватори у организацији и маркетингу		иноватори производа и процеса и иноватори у организацији и маркетингу		
	број	%	број	%	број	%	број	%	
Укупно	5280	44,6	3250	27,4	4705	39,7	2676	22,6	55,4
A: Пољопривреда, шумарство и рибарство	154	30,3	88	17,3	145	28,5	79	15,5	69,7
B: Рударство	20	37,0	12	22,2	15	27,8	8	14,8	63,0
C: Прерађивачка индустрија	1797	50,5	1279	35,9	1589	44,6	1071	30,1	49,5
D: Снабдевање електричном енергијом, гасом и паром	36	46,2	28	35,9	29	37,2	21	26,9	53,8
E: Снабдевање водом и управљање отпадним водама	100	32,5	63	20,5	78	25,3	42	13,6	67,5
F: Грађевинарство	449	40,6	240	21,7	409	36,9	201	18,2	59,4
G: Трговина на велико и мало и поправка моторних возила	1344	42,0	649	20,3	1219	38,1	523	16,3	58,0
H: Саобраћај и складиштење	236	34,4	172	25,1	180	26,2	115	16,8	65,5
I: Услуге смештаја и исхране	169	42,6	86	21,7	149	37,5	66	16,6	57,7
J: Информисање и комуникације	267	53,7	177	35,6	231	46,5	140	28,2	46,3
K: Финансијске делатности и осигурање	88	72,1	63	51,6	78	63,9	53	43,4	27,9
L: Пословање некретнинама	11	24,4	5	11,1	11	24,4	5	11,1	73,3
M: Стручне, научне, иновационе и техничке делатности	480	50,6	312	32,9	450	47,5	282	29,7	49,4
N: Административне и помоћне услужне делатности	122	37,7	71	21,9	115	35,5	65	20,1	62,3
Q: Здравствена и социјална заштита	2	100	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0,0
R: Уметност, забава и рекреација	5	100	5	100	5	100	5	100	0,0

4. Удео у укупном приходу од иновација производа/услуга

У структури прихода пословних субјеката иноватора доминира учешће прихода од продаје непромењених или занемарљиво мало промењених производа, 37%, учешће од продаје производа/услуга који су нови за пословни субјекат и учешће од продаје производа/услуга који су нови на тржишту је око 13%.



Финансијску помоћ од државних инстанци (финансијску подршку у виду пореских олакшица, грантова, субвенционисаних зајмова или зајмовних гаранција) добило је 11% пословних субјеката – иноватора.



5. Тржиште продаје производа или услуга у периоду 2010–2012.

Најбројнији су пословни субјекти који продају производе/услуге на локалном – регионалном тржишту, затим они који продају на националном тржишту. Учешће иноватора, у односу на неиноваторе на тржишту земаља ЕУ, ЕФТА, готово је дупло веће, а на тржиштима осталих земаља и до три пута је веће.

Тржиште	Иноватори		Неиноватори
	иноватори производа и процеса	иноватори у организацији и маркетингу	
Локално, регионално тржиште	49,1	54,2	66,9
Национално тржиште	40,7	37,8	28,4
Земље ЕУ, ЕФТА	7,1	5,8	3,6
Друге државе	3,1	2,3	1,1

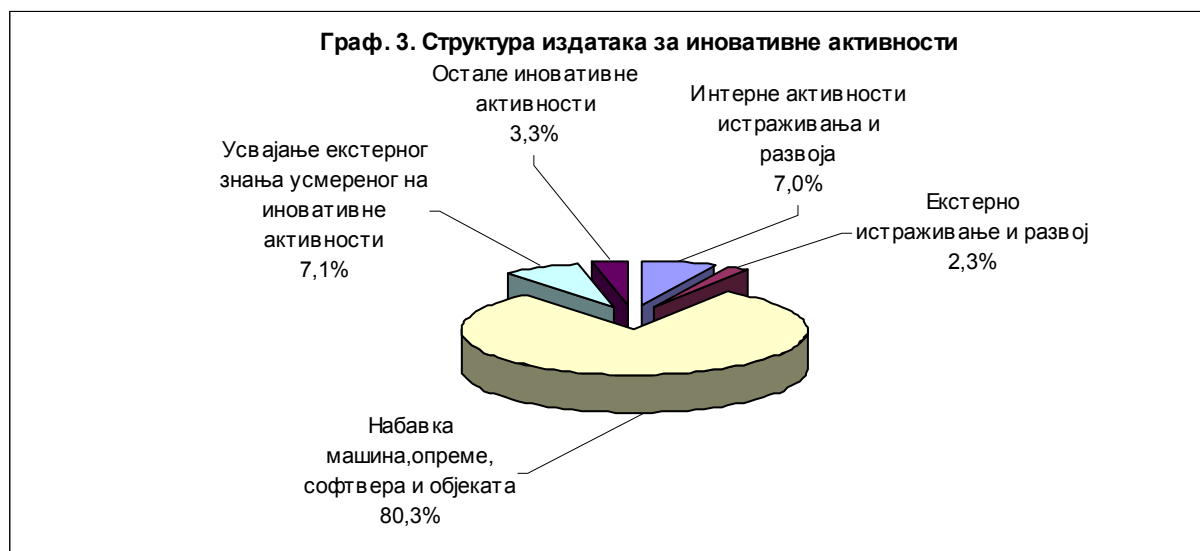
6. Партнери са којима су пословни субјекти имали уговорену сарадњу на иновацијама

Пословни субјекти који имају уговорену сарадњу на иновацијама са другим субјектима и институцијама као најчешћег партнера на иновацијама навели су друге пословне субјекте унутар групе – око 70%.

7. Издаци за иновативне активности

Издаци за иновативне активности укључују издатке за развој нових производа, издатке за увођење новог производа на тржиште, издатке усмерене на значајно усавршавање постојећих производа, услуга или процеса, као и издатке за још недовршене иновационе пројекте. Издаци за иновативне активности обухватају текуће издатке (плате, опрема, материјал, услуге и сл.), као и инвестиционе издатке.

У укупним издацима за иновативне активности пословних субјеката највеће је учешће за набавку машина, опреме и софтвера, око 80%.



8. Набавке и иновације у јавном сектору

Уговоре са јавним сектором имало је 27% пословних субјеката, већина њих је имала уговоре са јавним сектором у земљи (88%), а 12% са јавним сектором у иностранству. Истовремено, уговор са јавним сектором у земљи и иностранству имало је око 3% пословних субјеката. Око 7% пословних субјеката увело је иновације које су биле уговорна обавеза.

9. Значај циљева пословних субјеката у периоду 2010–2012.

Сви оцењивани циљеви имали су велики значај за већину пословних субјеката, а најзначајнији су повећање прихода и смањење трошкова.

Циљеви	Значај циљева (%)			
	велики	средњи	мали	занемарљив
Повећање прихода	55,8	22,8	9,1	12,3
Пораст удела на тржишту	38,0	31,8	13,0	17,1
Смањење трошкова	48,5	24,9	12,7	13,9
Повећање профитне стопе	38,3	31,7	13,7	16,3

10. Значај стратегија за постизање циљева пословних субјеката у периоду 2010–2012.

У већини пословних субјеката најзначајније су стратегије смањења трошкова набавке и интерних трошкова, затим продор на нова тржишта и пораст удела на постојећим тржиштима, као и повећање флексибилности на тржишне захтеве. Занемарљив је значај развоја нових тржишта ван Европе и у Европи, као и стварање савеза са другим субјектима и институцијама.

Значај стратегија	Значај циљева (%)			
	велики	средњи	мали	занемарљив
Развој нових тржишта у Европи	14,2	17,4	17,9	50,6
Развој нових тржишта ван Европе	8,3	13,7	18,1	59,9
Смањење интерних трошкова рада	33,5	33,8	16,7	16,0
Смањење трошкова набавке материјала, делова или услуга	37,8	31,6	14,5	16,1
Увођење нових или знатно унапређених производа или услуга	21,0	34,0	19,9	25,1
Повећање или побољшање маркетинга за производе или услуге	19,6	35,7	20,8	23,9
Повећање флексибилности / прилагођавање захтевима тржишта	31,1	36,0	14,7	18,2
Продор на нова тржишта и пораст удела на тржишту	31,5	28,5	16,3	23,7
Стварање савеза са другим субјектима или институцијама	9,8	25,6	22,2	42,4

11. Препреке у остваривању циљева пословних субјеката у периоду 2010–2012.

Пословни субјекти су оценили факторе трошкова као највећу сметњу у постизању циљева. Највећу сметњу представљају високи трошкови административне и законске регулативе. Од тржишних фактора, ценовна конкуренција и неизвесна тражња значајно утичу на постизање циљева, док иновације конкурената најмање ометају испуњење циљева. Недостатак стручних кадрова има занемарљив утицај.

Фактори/препреке		Значај циљева (%)			
		велики	средњи	мали	занемарљив
Тржишни фактори	Јака ценовна конкуренција	37,9	34,1	14,5	13,6
	Јака конкуренција у квалитету, популарности и бренду производа	21,5	35,4	24,1	18,9
	Неизвесна тражња	37,4	33,4	15,8	13,4
	Иновације конкурената	9,6	31,2	30,4	28,8
	Доминантан удео конкурената на тржишту	19,9	38,6	23,1	18,4
Фактори знања	Недостатак стручних кадрова	12,4	31,2	26,5	29,9
Фактори трошкова	Недостатак адекватног финансирања	36,3	31,4	15,3	17,1
	Високи трошкови уласка на нова тржишта	35,5	30,7	15,0	18,7
	Високи трошкови административне и законске регулативе	39,1	34,8	13,5	12,7

Методолошке напомене

Истраживање о иновативности пословних субјеката спроведено је на основу репрезентативног узорка. Узорак је алоциран на подручју Републике Србије до нивоа региона, пропорционално броју пословних субјеката. Величина узорка је **3500** малих, средњих и великих пословних субјеката. Велики пословни субјекти су обухваћени у целини. Оквир за избор узорка су активни пословни субјекти добијени из Статистичког пословног регистра, који садржи 11841 пословни субјекат са 10 и више запослених. Добијени резултати су пондерисани и израчунати на нивоу популације пословних субјеката.

Анкета о пословним субјектима спроведена је на узорку стратификованом према величини пословног субјекта (мали: од 10 до 49 запослених, средњи: од 50 до 249 запослених и велики: преко 250 запослених) и према делатностима (групе делатности према КД 08). Реализација узорка је преко 77%, око 3% изабраних пословних субјеката било је у блокади или стечају, око 20% пословних субјеката није одговорило на анкету.

Одговори су прикупљени веб-упитником (37%), путем мејла (12%) и штампаним упитником, који је дистрибуиран и прикупљен поштом (51%).

Контакт: suncica.stefanovic@stat.gov.rs ; paun.cukavac@stat.gov.rs тел: 011 2412-922 локал 357
Издаје и штампа: Републички завод за статистику, Београд, Милана Ракића 5
Телефон: 011 2412-922 (централа) • Телефакс: 011 2411-260 • www.stat.gov.rs
Одговара: проф. др Драган Вукмировић, директор
Тираж: 20 • Периодика излажења: двогодишња